

الدليل الموجز للملكية الفكرية الخاصة بالFIFA

ابريل - نيسان 2022 م- الإصدار الخامس



المحتوى



يقدم هذا الدليل الموجز معلومات وإرشادات للجهات المهتمة بالملكية الفكرية للإتحاد الدولي لكرة القدم ويبين الحقوق التجارية المتعلقة بالفيفا و بكأس العالم FIFA قطر 2022™ (البطولة).

ننوه أن هذا المستند يخدم أغراضا إعلامية عامة فقط، والأمثلة المقدمة فيه شاملة وليست تفصيلية. أي أن هذا الدليل لا يؤكد صراحة إن كان نشاط ما يلائم أو ينتهك حقوق الملكية فيما يتعلق بكأس العالم FIFA قطر 2022™، لذا فإننا نأسف لعدم قدرة الفيفا على تقديم إرشادات مفصلة حول كل نشاط محتمل والحقوق المتعلقة به.



1- المقدمة

FIFA®الفيفا

يعتبر الاتحاد الدولي لكرة القدم "الفيفا، FIFA™" الهيئة الحاكمة عالميا لمجتمع كرة القدم.تمتلك الفيفا جميع الحقوق المتعلقة بكأس العالم FIFA قطر 2022™، والتي تشمل جميع حقوق الملكية الفكرية، حقوق وسائل الإعلام، حقوق التسويق، التراخيص، التذاكر وغيرها من الحقوق التجارية.

كأس العالم FIFA™

إن كأس العالم FIFA™ لكرة القدم هو أكبر حدث رياضي في العالم وواحد من أكثر المسابقات الرياضية مشاهدةً على هذا الكوكب، إذ يستقطب اهتماما كبيرا من عشاق الرياضة وأصحاب الأعمال. استقطب نهائي كأس العالم FIFA روسيا 2018™، لوحده أكثر من مليار و100 مليون مشاهدة، لهذا ترغب العديد من الهيئات والكثير من الأفراد أن يكونوا جزءا من النسخة القادمة والتي ستعقد في قطر خلال الفترة الممتدة بين21 تشرين الثاني و18 كانون الأول سنة 2022.

نظرًا للتكلفة الباهظة المترتبة على تنظيم مثل هذا الحدث الكبير، فإن الفيفا لن تتمكن لوحدها من تنظيم البطولة دون دعم معتبر من الرعاة، ومن المرخص لهم من أصحاب حقوق الملكية الإعلامية وغيرهم من المرخصين، إضافة إلى الدولة المضيفة.

آثار كأس العالم FIFA™

مع تطور كرة القدم في جميع أنحاء العالم واكتسابها مكانة جد أساسية، فإن الفيفا تشارك نجاح بطولة كأس العالم FIFA™ مع الاتحادات الأعضاء ومجتمع كرة القدم في المعمورة. كما أن عائدات البرنامج التجاري ستمكّن الفيفا من دعم مختلف الأنشطة التعليمية، التقنية والطبية إضافة إلى تطوير أنشطة أخرى.

بفضل برنامج فيفا للتطوير المستقبلي، حققت الفيفا نتائج مبهرة من خلال دعمها لاتحادات الأعضاء والكونفيديراليات الستة، دعما يفوق مساندة تعاملاتهم اليومية، إلى وضع أهداف استراتيجيه جديدة طويلة المدى. كما أن هناك مشاريع تطوير إضافية مصمّمة خصيصًا لتحسين البنية التحتية لكرة القدم وتوفير معدات اللعبة لفرق الشباب، كما تدعم المسابقات وتعزز تقدم كرة القدم النسائية.

تمكنت الفيفا خلال الدورة المالية الممتدة بين سنتي 2015 و 2018م من استثمار 1.67 مليار دولار أمريكي في مجال التنمية والتعليم. إضافة إلى أن نجاح البرنامج التجاري للفيفا مكّنها من التعهد باستثمار مليار دولار أمريكي لأجل تطوير كرة القدم النسائية و4 مليارات دولار أمريكي في مجال التطوير والتعليم خلال الدورة المالية 2019- 2022م.



2- الملكية الفكرية الرسمية

طورت الفيفا مجموعة من أصول العلامات التجارية، بما في ذلك الشعارات، الكلمات، العناوين، الرموز ومعرَّفات أخرى متعلقة بالبطولة والفيفا وهو ما يسمى بـ:"الملكية الفكرية الرسمية". إن حق الملكية الفكرية الرسمي للفيفا محمي في دولة قطر وباقي دول العالم بواسطة حقوق الطبع والنشر، العلامات التجارية وكل شكل من أشكال الملكية الفكرية، إضافة إلى القوانين، مثل قانون المنافسة غير المشروعة وقانون تقليد المنتجات والأفكار... وأي قانون أخر ذو صلة، هذه القوانين تحمي الفيفا من الاستخدام غير المسموح به لنسخ مطابقة، أو تحريف نسخ مشابهة بشكل يثير اللبس، أو اي تعديل لحق الملكية الفكرية الرسمي.

يُسمح فقط لمالكي حقوق الفيفا استعمال حق الملكية الفكرية الرسمي لأغراض تجارية. إذا لم تكن مالكا لحقوق الفيفا وترغب في طلب استخدام الشعار الرسمي أو العلامات الرسمية الأخرى لأغراض التحرير، يرجى زيارة الموقع التالي:
https://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/

القائمة التالية ليست قائمة كاملة للملكية الفكرية الرسمية الخاصة بالفيفا **- للحصول على نظرة شاملة ومفصّلة على الملكية الفكرية المسجلة في بلد معين، يرجى الاستفسار من مكتب (مكاتب) الملكية الفكرية ذات الصلة أو طلب المشورة من متخصص محلي في مجال الملكية الفكرية.**

الشعار الرسمي:



التعويذة الرسمية:



اسم التعويذة الرسمية للبطولة باللغة العربية والانجليزية:

La'eeb™ لعّيب™



الشعار الرسمي

NOW IS ALL™ عالوعد™

الكأس الرسمي:



شعار الفيفا:



شعار الفيفا: The FIFA Living Football Claim





الكلمات الدالة على الحدث:

- FIFA World Cup Qatar 2022
- FIFA World Cup
- فيفا وورلد كوب
- FIFA
- فيفا
- World Cup
- كأس العالم
- World Cup 2022
- وورلد كوب 2022
- COPA MUNDIAL
- COUPE DU MONDE
- MUNDIAL
- Qatar 2022
- قطر 2022

الخط الرسمي: "QATAR 2022"

تم إنشاء الخط الرسمي "**QATAR2022**" خصيصا للبطولة وهو محمي بحقوق الطبع والنشر وايضاً كتصميم في العديد من الدول

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

قطر 2022™ سيكون أول كأس عالم FIFA™ ينظم في بلد عربي

ا أ ـا ـأ إ ـإ آ ـآ ب ـب ـبـ بـ ت ـت ـتـ تـ ث ـث ـثـ ثـ
ج ـج ـجـ جـ ح ـح ـحـ حـ خ ـخ ـخـ خـ د ـد ذ ـذ
ر ـر ز ـز س ـس ـسـ سـ ش ـش ـشـ شـ ص ـص
ـصـ صـ ض ـض ـضـ ضـ ط ـط ـطـ طـ ظ ـظ
ـظـ ظـ ع ـع ـعـ عـ غ ـغ ـغـ غـ ف ـف ـفـ فـ ق ـق
ـقـ قـ ك ـك ـكـ كـ ل ـل ـلـ لـ م ـم ـمـ مـ
ن ـن ـنـ نـ ه ـه ـهـ هـ و ـو ي ـي ـيـ يـ ء ئ ؤ
؟ . ، : ؛ ١٢٣٤٥٦٧٨٩٠



3- أهمية حماية العلامة التجارية للبطولة

تمنح الفيفا بعض الحقوق التجارية مثل البث، التذاكر،الاستضافة والإعلان وغيرها من الحقوق الترويجية المرتبطة بـالفيفا أو بالبطولة، إلى هيئات مختلفة "مالكي الحقوق الفيفا" في العديد من المجالات حول العالم.

في المقابل يقدم مالكي حقوق الفيفا مساهمات مالية حيوية لضمان إقامة البطولة وضمان إمكانية الاستثمار في تطوير اللعبة في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك فإن مالكي الحقوق لا يمكنهم الاستثمار في الفيفا أو البطولة إلا إذا تم تزويدهم بالحصرية لاستخدام العلامات الرسمية وغيرها من الحقوق التجارية. لأنه وبدون حصرية، أي إذا لم تكن العلامة التجارية للبطولة محمية وكان أي شخص أو شركة قادرا على استخدام الملكية الفكرية الرسمية، وبالتالي قادر على خلق ارتباط مجاني مع البطولة، فستقل قيمة الحقوق المكتسبة بشكل كبير. وهذا سيجعل السعي للحصول على ترخيص لاستخدام حقوق الملكية الخاصة بالفيفا أقل جاذبية، ويمكن أن يؤدي في النهاية إلى عدم قدرة الفيفا على تأمين التمويل اللازم للبطولة، وعدم قدرتها على تعزيز تنمية كرة القدم في جميع أنحاء العالم من خلال البرامج الرائدة مثل برنامج الفيفا للتطوير المستقبلي.FIFA Forward Development Programme

لذلك تعتبر حماية الحقوق التجارية للفيفا بما في ذلك الملكية الفكرية الرسمية أمرا بالغ الأهمية لتنظيم البطولة، وعليه فإن الفيفا تطلب من كل الهيئات والأفراد الغير منتسبين احترام حقوق الفيفا والقيام بأنشطتهم دون الارتباط التجاري بالبطولة.



4- مالكي حقوق الفيفا

عينت الفيفا حاليا مالكي الحقوق التالية أسماؤُهم:

<u>الشركات التجارية المنتسبة</u>

تكتسب الشركات التجارية المنتسبة حزمة رعاية على أساس نظام من ثلاث طبقات يتألف من: شُركاء الفيفا، ورعاة كأس العالم FIFA™، والداعمين الإقليميين.تمثل القائمة التالية المجموعة الحالية للشركات التجارية المنتسبة وسيتم تحديثها بشكل دوري:

1. **شُركاء الفيفا**

هناك من ستة إلى ثماني شركات شريكة للفيفا تحصل على الحصة الأكثر شمولا من حقوق الإعلان العالمي، وحقوق الترويج والتسويق المتعلقة بالفيفا وجميع مسابقاتها وعلى رأسهم بطولة كأس العالم، شركاء الفيفا الحاليين هم:

FIFA PARTNERS















2. **رعاة كأس العالم FIFA™**

يرعى كأس العالم FIFA™ من ستة إلى ثماني شركات، تتلقى هذه الشركات ثاني أكبر حصة حقوق من ناحية الشمول في جميع أنحاء العالم، غير أن حقوقها تقتصر على البطولة فقط، الرعاة الحاليين لكأس العالم FIFA™ هم:



3. **الداعمين الإقليميين**

يبلغ عدد الداعمين الإقليميين ما مجموعه 20 شركة، مقسّمة بحد أقصاه أربع شركات لكل إقليم، تتلقى هذه الأخيرة مجموعة من الحقوق الإعلانية، الترويجية والتسويقية فيما يتعلق بالبطولة في منطقة معينة فقط، المناطق الخمسة المحددة مسبقا هي: أوروبا، أمريكا الشمالية والوسطى، أمريكا الجنوبية، آسيا، وإفريقيا والشرق الأوسط بما في ذلك دولة قطر.

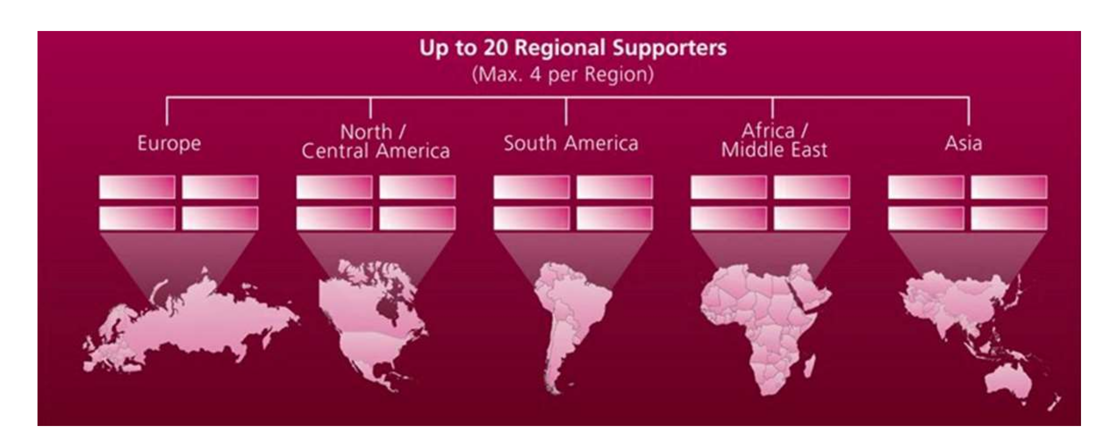
افريقيا/ الشرق الاوسط:



أمريكا الجنوبية:







تراخيص حقوق وسائل الإعلام

المرخص لهم بحقوق وسائل الإعلام هم جهات مُنحت بعض الحقوق الإعلامية للبطولة في منطقة أو مناطق معينة.هذه الحقوق الإعلامية تتضمن مايلي:

- حقوق التلفزيون
- حقوق الإذاعة
- حقوق النطاق العريض
- حقوق الإرسال IPTV ''نظام البثّ التلفزيوني القائم على استخدام بروتوكول الإنترنت''
- حقوق الإرسال عبر الهاتف المحمول

المرخص لهم بـ/وبدون علامة تجارية

المرخص لهم بـ/وبدون علامة تجارية هم هيئات منحتها الفيفا أو ستمنحها الحق في تطوير، تصنيع وبيع المنتجات التي تحمل العلامات الرسمية ''المنتجات المرخصة رسميا''.

- **المنتجات المرخصة رسميا والحاملة لعلامة تجارية:** هي المنتجات الرسمية التي تحمل علامات الملكية الفكرية الرسمية الخاصة بالفيفا وعلامة الشركة المرخَّص لها.
- **المنتجات المرخصة رسميا والغير حاملة لعلامة تجارية:** هي المنتجات الرسمية التي تحمل فقط الملكية الفكرية الرسمية الخاصة بالفيفا.

إدارة الضيافة

عينت الفيفا شركة MATCH Hospitality AG كمالك حصري عالميا لحقوق برنامج الفيفا للضيافة الخاص بالبطولة، إنها الشركة الوحيدة المسموح لها بتقديم باقات الضيافة والتذاكر المختلفة في جميع أنحاء العالم، إما مباشرة أو من خلال تعيين وكلاء مبيعات.

المزيد من التفاصيل حول مالكي حقوق الفيفا متاحة على الموقع التالي: www.fifa.com/about-fifa/commercial/fifa-marketing

.



5- كيفية الاحتفال من دون خلق ارتباط - مع الفيفا أو مع الحدث- غير مصرح به

هناك طرق مشروعة للاحتفال بالبطولة دون المساس بالملكية الفكرية الرسمية ودون إنشاء ارتباط تجاري غير مصرح به مع الحدث. تشجع الفيفا الشركات والجماهير على استخدام صور و مصطلحات عامة متعلقة بكرة القدم أو ببلدانهم لكن شريطة أن لا تتضمن أي ملكية فكرية خاصة بالفيفا.

تُمنع كل النشاطات التي قد تتسبب في خلق ترابط مصلحي غير مبرر أو استغلال للحدث، وكل تجاوز سيؤدي إلى الخضوع للتدابير القانونية.يتأسس مثل هذا الارتباط التجاري الغير مبرر عندما تجعله الشركة يبدو وكأنه مرتبط بـالفيفا أو بالبطولة بطريقة او بأخرى–على سبيل المثال عند استخدام الملكية الفكرية الرسمية الخاصة بالفيفا بدون تصريح وبطريقة غير مبررة فأن ذلك يخلق انطباعا غير حقيقي بأن هذه الشركة لها علاقة بالفيفا أو بالبطولة مما يجعلها تبدو وكأنهاإما مالكة للحقوق، أوراعية للبطولة، أو مرخص لها باستخدام هذه الحقوق

لتجنب الأنشطة الترويجية التي تنتهك الملكية الفكرية لـلفيفا والحقوق التجارية الأخرى، نقترح طلب مشورة قانونية مستقلة.



6- معلومات لوسائل الإعلام

يعتبر كأس العالم FIFA™ظاهرة إعلامية، ونجاحه شبه مرهون بالتغطية الإعلامية الواسعة التي يحصل عليها.لذا يرحب الفيفا بحقيقة أن وسائل الإعلام قد ترغب في استخدام الملكية الفكرية الرسمية في منشوراتها لأغراض التحرير، شريطة ألا يخلق هذا الاستخدام أي ارتباط غير مبرر بين البطولة وبين أعمال تجارية أخرىغير أعمال مالكي حقوق الفيفا.

يقدم الفصل السابع بعض الأمثلة حول كيفية استخدام الملكية الفكرية الرسمية بطريقة تتوافق مع الحريات القانونية، وفي نفس الوقت تحترم برنامج الفيفا التجاري وحقوق مالكي حقوق الفيفا.لايوجد شيء في هذا الدليل الموجز يهدف إلى التحكم أو التقييد بأي شكل من الأشكال لمحتوى القصص الإخبارية وافتتاحيات البطولة من قبل وسائل الإعلام.

تشمل شروط وأوصاف استخدام الملكية الفكرية الرسمية جميع أنواع وسائل الإعلام - المطبوعة والرقمية - على سبيل المثال لا الحصر: التلفزيون، الإنترنت، الهاتف المحمول، الألعاب، التطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي...

الأرشيف الرقمي للفيفا

يمكن للمنافذ الإعلامية أن تطلب نسخ رقمية من الملكية الفكرية الرسمية مجاناً من خلال الرابط التالي:
viahttps://www.fifadigitalarchive.com/welcome/markrequest/
يجب استخدام هذه النسخ الرقمية وفقدليل الفيفا الإرشادي حول الرسوم والصور - الغرافيك-، والذي ستستلمه جنبا إلى جنب مع الملفات الرقمية عالية الجودة للملكية الفكرية المطلوبة.



7- أمثلة على الاستخدام

يهدف هذا القسم إلى مساعدة أي طرف ثالث على تجنب أي ارتباط تجاري غير مصرّح به مع البطولة.تشمل أمثلة استخدام الملكية الفكرية الرسمية جميعأنواع وسائل الإعلام - المطبوعة والرقمية - على سبيل المثال لا الحصر: التلفزيون، الإنترنت، الهاتف المحمول، الألعاب، التطبيقات ووسائل التواصل الاجتماعي...

نظرًا لعدم إمكانية توضيح كل سيناريو محتمل للاستخدام المقبول مقارنة بالارتباط الغير المصرح به، أو التعليق على العقوبات القانونية المتفاوتة والتي قد تختلف من بلد لآخر، ***فإن الأمثلة التالية هي عامة وليست مفصلة وهي لأغراض توضيحية فقط.***

تم تصميم السيناريوهات التالية لتقديم مساعدة عملية للهيئات والأفراد الذين لديهم نية حسنة لتجنب الارتباط الغير المشروع بالبطولة. يُمنع استخدام هذه المبادئ التوجيهية كأداة لتجنب المسؤولية القانونية أو كأداة للتحايل على حقوق الفيفا التسويقية، وقد أظهرت التجارب السابقة أن محاولات استخدام هذا الدليل التوجيهي لتبرير ارتباط غير مشروع أو للدفاع عن انتهاك معين، هي محاولات غير مجدية قانونيا. تثق الفيفا أنكم ستتعاونون معها وستحترمون مطالبها وحقوقها. لهذا السب; فإن جميع حقوق الفيفا محفوظة بشكل واضح وصريح.

تتعرض هذه المبادئ التوجيهية إلى الحقوق المملوكة للفيفا فقط، ولا تحوي أو تُشير إلى أي بيان فيما يتعلق بحقوق يحتفظ بها طرف ثالث، مثل اللاعبين، الأندية، الاتحادات الأعضاء، الكونفدراليات، والشركات التجارية المنتسبة للفيفا أو غيرها من الهيئات أو المنظمات أو الأفراد.

أ. وسائل الإعلام

أ1. الطباعة ووسائل الإعلام الرقمية

<u>الاستخدامات التحريرية</u>

لا يؤدي أي إستخدام تحريري شرعي إلى خلق ارتباط غير مصرح به، مثل محتوى التقارير الخاصة بالبطولة.ومع ذلك، لا يمكن استخدام الملكية الفكرية الرسمية كجزء لا يتجزأ من تصميم منشور، أو كعنصر من العلامة التجارية للمنشور أو استخدامها مستقلة، أو في وضع ثابت أو بطريقة متكررة على موقع الإنترنت (خاصة الاستخدام المتكرر للملكية الفكرية الرسمية في زاوية من زوايا طبعة معينة، أو في كل صفحات الإنترنت المتتالية داخل موقع معين، حيث قد يشير هذا الاستخدام إلى مصادقة من الفيفا).







<u>الاستخدامات التجارية</u>

لا يجوز استخدام الملكية الفكرية الرسمية جنبًا إلى جنب أو بالقرب من شعار شركة أو رمز تجاري مثل "مقدم إليك من ..." أو "مقدم بواسطة ..." أو برعاية..." ، الخ.





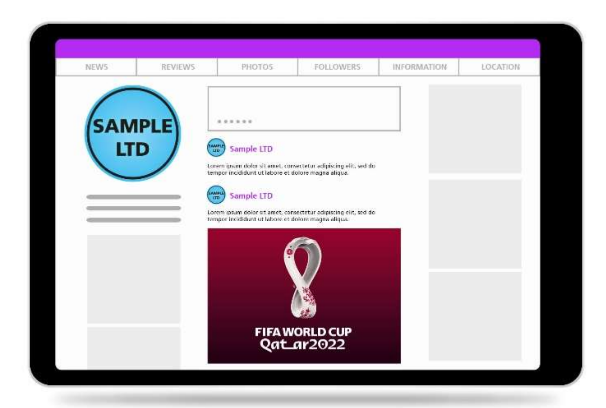


أ2. وسائل الإعلام الاجتماعية

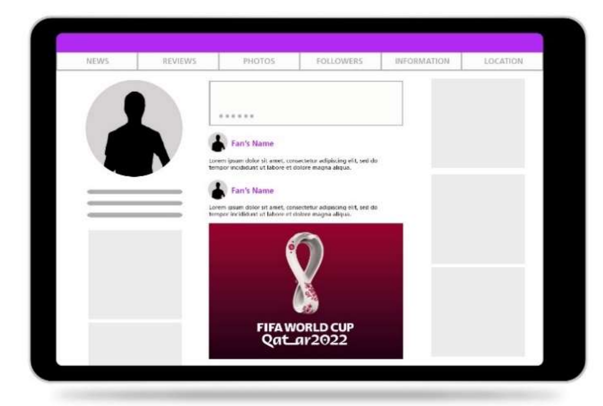
نشر صور للملكية الفكرية الرسمية

استخدام الملكية الفكرية الرسمية من قبل الجماهير من دون أهداف تجارية هو شيء مسموح به عموما، ومع ذلك، فإن الاستخدام المفرط والمتكرر للملكية الفكرية الرسمية قد يخلق انطباعًا بالارتباط مع الفيفا أو البطولة، وبالتالي يجب تجنبه.









إعادة التغريد أو مشاركة محتوى رسمي

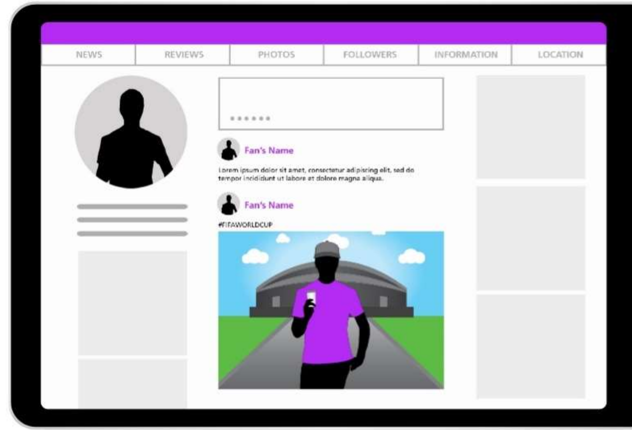
يُسمح للمعجبين والمشجعين إعادة نشرالتغاريد أو مشاركة محتوى رسمي صادرعن الفيفا أو عن الحسابات الرسمية الخاصة ببطولات الفيفا، شرط انعدام أي فائدة تجارية، وذلك لأنإعادة التغريد أو مشاركة المحتوى الرسمي لأغراض تجارية هو حق حصري يُمنح لحاملي حقوق الملكية الخاصة بالفيفا.

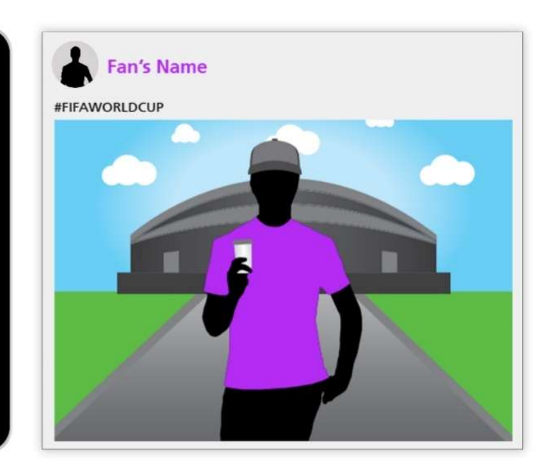


علامة المربع - الهاشتاق -

استخدام الملكية الفكرية الرسمية في الهاشتاق من قبل الجماهير من دون أهداف تجارية هو شيء مسموح به عموما.

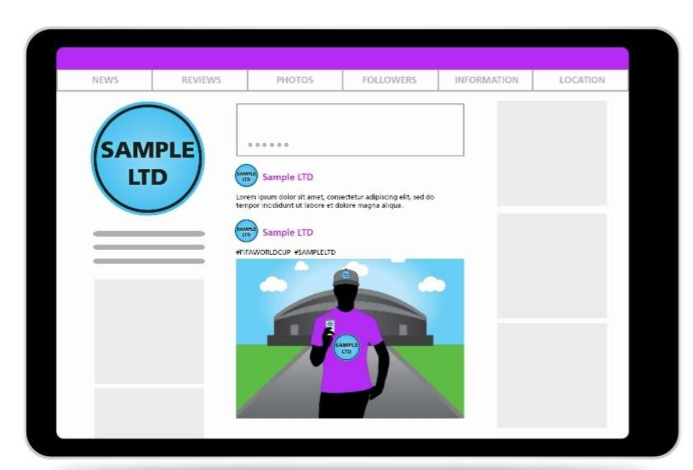






إن استعمال الملكية الفكرية الرسمية للهاشتاق في الملفات التعريفية للشركات ذات العائدات التجارية لجذب الانتباه إلى ملفاتهم الشخصية أو إلى شركاتهم أو علاماتهم التجارية... يخلق ارتباطًا تجاريًا مع البطولة أو الفيفا، وبالتالي يجب أن يقتصر هذا الأمر فقط على الفيفا وحاملي حقوق الملكية الخاصة بها.









أ3. تطبيقات وخدمات الجوال والإنترنت

لا يُسمح باستخدام الملكية الفكرية الرسمية أو محتوى البث لأغراض تجارية في تطبيقات وخدمات الجوال.

يُسمح بالاستخدام التحريري أو الوصفي للحدث طالما أن هذا الاستخدام لا يثير الريبة بأن الخدمة مرتبطة ارتباطا معينا مع الفيفا أو البطولة. لكن لا يجوز أن تتضمن أسماء أو عناوين أي خدمة أو تطبيق جوال لأي ملكية فكرية رسمية بطريقة توحي بتأييد الفيفا للخدمة أو التطبيق، على سبيل المثال: استعمال عنوان البطولة الكامل أو الشعار الرسمي لها.







أ4. أسماء نطاقات مواقع الإنترنت/ روابط URL/ الروابط التشعبية

لا يجوز إدراج الملكية الفكرية الرسمية في أسماء النطاقات، ما لم ترخصالفيفا بذلك، كما يمنع استخدام الملكية الفكرية الرسمية في عناوين URL أو الارتباطات التشعبية من قِبل مواقع الإنترنت التجارية.

أ5. مواقع الإنترنت - المظهر والانطباع–

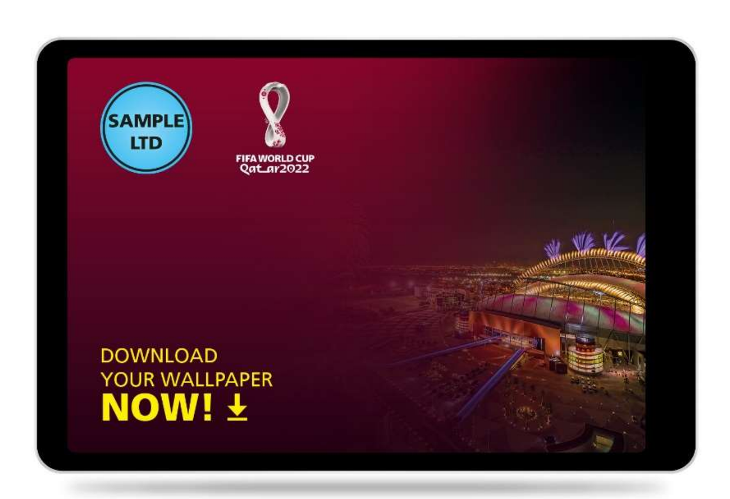






لا يجوز استخدام الملكية الفكرية الرسمية كجزء من التصميم العام لمواقع الإنترنت أو صفحاتها (بما في ذلك الخلفيات أو تصاميم الجداريات) إذا كان من المحتمل أن تخلق انطباعا بوجود ارتباط مع البطولة أو الفيفا.





أ6. المدونات

لا بأس باستخدام الملكية الفكرية الرسمية في المدونات التحريرية، وكتابة التقارير أوفي التعليق على البطولة، لكن بشرط انعدام أي محتوى تجاري أو إعلاني يوحي بوجود ارتباط مع البطولة أو الفيفا.







ب. الإعلانات التجارية

غالبا ما يؤدي استخدام أي ملكية فكرية رسمية في الإعلانات التجارية إلى إنشاء ارتباط غير مصرح به وبالتالي يجب تجنب استخدامها.





ت. المسابقات، الألعاب واليناصيب

المسابقات والألعاب واليانصيب التي تستعمل الملكية الفكرية الرسمية، أو التي تخلق ارتباطا تجاريا غير مصرح به معالفيفا تعتبر غير مشروعة.







ث. عروض التذاكر

لا يُسمح باستخدام تذاكر البطولة - تذاكر الدخول للملاعب- لأغراض ترويجية، أو لسحوبات الجوائز، أو كحوافز، أو ترويجها في مزادات عبر الإنترنت وأي نوع آخر من أنواع الترويج للمستهلك، ما لم ترخص به الفيفا أو يكون منظما بالتنسيق مع مالك حقوق الفيفا.





سيتم إلغاء التذاكر التي تم الحصول عليها من خلال العروض الترويجية الغير المصرح بها للتذاكر بمجرد تحديدها، وبالتالي الحرمان من دخول الملعب.

ج. جدول المباريات

<u>الاستخدامات التحريرية</u>

لا تؤدي إعادة كتابة جدول المباريات الرسمي، أو استعماله لأغراض تحريرية وغير تجارية إلى خلق ارتباط غير مصرح به، لذا فهو أمر مشروع ومسموح به.







<u>الاستخدامات التجارية</u>

لا يجوز الاستخدام التجاري لجدول المباريات جنبا إلى جنب أو بالقرب من شعار شركة أو رمز تجاري مثل "مقدم إليك من ..." أو "مقدم بواسطة..." أوبرعاية..."، الخ.





يرجى الانتباه إلى أن جدول المباريات الخاص بالبطولة محمي بحقوق الطبع والنشروبعض حقوق الملكية الفكرية الأخرى في العديد من الدول.يمكن لوسائل الإعلام الإخبارية أن تنشر جدول المباريات منفردا أو كجزء من منشور لإبلاغ الجمهور بتفاصيل البطولة لكن يجب تجنب استعمال أي علامة تجارية لطرف ثالث غير مرخص، سواء أكان استعمالها على مقربة من الجدول، أو ربطها به بشكل من الأشكال.

ح. العد التنازلي للتوقيت أو للتذاكر

كل أداة ذات علامة تجارية يتم إنشاؤها للعد التنازلي إلى البطولة، فإنها تؤدي إلى إنشاء ارتباط غير مصرح به سواء أكانت هذه الأداة مادية أو عبر الإنترنت.







خ. النشاطات التجارية

خ1. أسماء الأنشطة التجارية

لا يسمح أبدا باستخدام الملكية الفكرية الرسمية للفيفا كاسم أو كجزء من اسم لأي نشاط تجاري، إلا بترخيص من الفيفا.





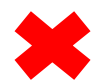
خ2. الديكورات داخل المتاجر: "مطاعم، مقاهي، محلات البيع بالتجزئة..."

لاتخلق الأوسمة ولا الملصقات العامة لكرة القدم أو الديكورات المتعلقة بالبلد والكرة ارتباطًا غير مصرح به وبالتالي يتم قبولها بشكل عام.





لا يجوز استعمال الملكية الفكرية الرسمية للفيفا في ديكور المحلات الداخلي، إلا بتصريح من الفيفا أو من احد مالكي حقوقها.







خ3. البضائع

لا تؤدي البضائع التي تحمل مصطلحات عامة لكرة القدم أو أسماء دول أو أعلام وطنية إلى انتهاك حقوق الفيفا.



يعد استعمال الملكية الفكرية الرسمية للفيفا أو أي عنصر من عناصرها في الترويج لبضاعة معينة حقًا حصريًا لمالكي حقوق الفيفا وبالتالي لا يُسمح به لغيرهم.إذا كنت مهتمًا بأن تصبح مالكا لحقوق الفيفا، فيرجى الرجوع إلى الفصل الثامنأدناه.



د. المشاهدة الجماعية للأحداث الرياضية



يجب أن يلتزم العارضون المرخص لهمبتنظيم المشاهدات الجماعية بتعليماتالفيفا للمشاهدة الجماعية وأن يحصلوا على ترخيص منها أو من المرخص لهم بالحقوق الإعلامية.

خلال عرض مقاطع أو صور متحركة من مباريات بطولة كأس العالم خلال المشاهدات الجماعية فإنه يُمنع عرض أي شيء يتعلق بالملكية الفكرية الرسمية للفيفا أو عرض إعلانات الرعاية التي قد تؤدي لإنشاء ارتباط أو علاقة غير مصرح بها بين الفيفا والبطولةمن جهة و الطرف الثالث - الغير مالك لحقوق الفيفا- من جهة أخرى،

ستوفر الفيفا على موقعها www.FIFA.com لوائح وشروط تنظيم المشاهدة الجماعية لكأس العالمFIFA قطر 2022™ عند اقتراب تاريخ البطولة.







ذ. في موقع البطولة

ذ1. استقبال الضيوف

لا يجوز لجماعات المشجعين بما فيهم تجمعات الضيوف المدعوين أن يعرضوا أو يلبسوا شيئا مشتركا بارزا يحمل علامة تجارية غير علامات الفيفا، نفس الحُكم يطبَّق على اللافتات التوجيهية صوب الملعب، وذلك لتجنب إنشاء ارتباط مع الفيفا غير مصرح به، وتجنب انتهاك القوانين المتعلقة بالتذاكر، يشمل هذا القانون أيضا: الملابس ذات العلامات التجارية، الرايات المرفوعة و أي منتج آخر يُعطى للمشجعين.

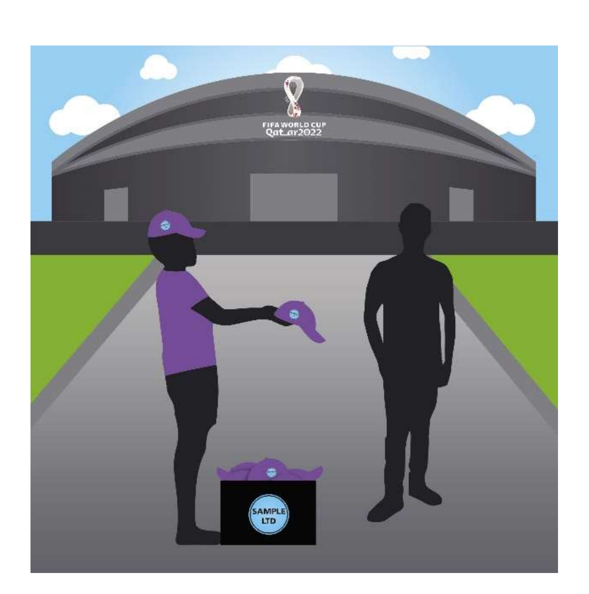




ذ2. توزيع منتجات ذات علامة تجارية

لا يُسمح بتوزيع منتجات ذات علامة تجارية أيام المباريات في المنطقة المحيطة بالملعب بدون رخصة، لأنها تُنشئ ارتباطا غير مصرح به بين العلامة التجارية المعنية والبطولة، أي تُضفي انطباع أن العلامة التجارية هي الراعي للبطولة.







8- معلومات التواصل والتسجيل

هناك العديد من الفرص للهيئات والأفراد للاستفادة من الدورة والمشاركة فيها دون استخدام الملكية الفكرية الرسمية للفيفا أو الارتباط تجاريًا بالبطولة، على سبيل المثال:

- تقديم خدمات مختلفة للبطولة:
  - البنية التحتية
  - الاحداثوالنشاطات المنظمة من طرف الفيفا أو من طرف اللجنة العليا للمشاريع والإرث.
  - تقديم الطعام
  - امتياز تزويدالأطعمة والمشروبات
  - التنظيف وإدارة النفايات
  - الأمن الخاص
  - توريدالأثاث
- التواصل مع أحد مالكي حقوق الفيفا لمعرفة إذا كانت هناك إمكانية للترويج معهم وتحت إشرافهم.
- دعم كرة القدم المحلية في بلدك من خلال الاتصال بالاتحاد الوطني لكرة القدم ومعرفة كيفية المشاركة على مستوى القواعد الشعبية.

يرجى زيارة موقع الفيفا www.FIFA.comأو استعمال العناوين أدناه لمعرفةالمزيد من التفاصيل:

الرعاية:
إذا كنت ترغب بأن تكون راع للبطولة أو مالكا للحقوق، يرجى التواصل مع:sales@fifa.org

التراخيص:
إذا كنت مهتما بفرص التراخيص، يرجى التواصل مع: retail-licensing@fifa.org

المشاهدة الجماعية للأحداث الرياضية:
إذا كنت ترغب بالتسجيل للحصول على رخصة تنظيم المشاهدة الجماعية لتظاهرة كأس العالمFIFA قطر 2022™، أو كانت لديك استفسارات بهذا الشأن يمكنك التواصل مع: publicviewing@fifa.org

طلب علامة مسجلة:
لطلب استعمال أي حق من حقوق الملكية الفكرية الرسمية من أجل أهداف تحريرية، يرجى زيارة أرشيف الفيفا الرقمي www.fifadigitalarchive.com ثم الضغط على زر: "MARK REQUEST FORM"- نموذج طلب علامة مسجلة.

التبليغ عن البيع أو الترويج لتذاكر غير مصرح بها:
نرحب باستقبال كل التقارير حول البيع أو الترويج لتذاكر غير مرخصة، بما في ذلك إذا كنت تعتقد أنك اشتريت تذاكر يُشتبه في مصداقيتها وذلك بمراسلتنا في البريد الإلكتروني التالي: ticketenforcement@fifa.org

التبليغ عن استخدام غير مرخص به للملكية الفكرية للفيفا
للتبليغ عن استخدام غير مرخص به للملكية الفكرية للفيفا، يرجى مراسلتنا في البريد الإلكتروني التالي:
brandprotection@fifa.org